

Covid-19 empurrou temas como a transição energética para o topo das agendas dos governos e empresas

23 de Julho, 2021

Ainda que não tenha inaugurado conceitos como a transição energética e o desenvolvimento sustentável, a pandemia da Covid-19 empurrou essas temáticas para o topo da agenda de governos, reguladores e empresas, e induziu mudanças nas atitudes e formas de consumo dos cidadãos. Esta é uma das conclusões da segunda edição do estudo “Conhecer os desafios ajuda a encontrar o caminho?”, promovido pela EY.

Aliás, na mesma análise, os especialistas da EY comprovam-no com a mais recente proposta de Diretiva sobre o Reporte de Sustentabilidade Corporativo ou Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), publicada pela Comissão Europeia em abril, que exige que todas as empresas partilhem informação não financeira de forma mais direcionada, fiável e facilmente acessível.

Segundo a EY, é uma oportunidade única para aumentar a transparência das empresas portuguesas, que “devem estabelecer planos de descarbonização que incluam projetos e ações enquadrados nos objetivos dos investimentos abrangidos no PRR (Plano de Recuperação e Resiliência), para, assim, maximizarem a captação de investimentos destinados à transição climática no período de 2021 a 2026”.

Do ponto de vista do consumidor, o estudo identifica que se assiste a uma mudança de comportamentos. O EY Future Consumer Index (fevereiro de 2021) mostra que “64% dos inquiridos planeiam prestar mais atenção ao impacto ambiental do que consome e 56% consideram o impacto ambiental de um produto nas suas decisões de compra”, refere um comunicado divulgado pela EY.

Paralelamente, a análise – “Conhecer os desafios ajuda a encontrar o caminho?” mostra que o reforço do comércio eletrónico veio para ficar, exigindo ao retalho que ofereça uma experiência de compra personalizada, fácil, e partilhável, com os consumidores a esperarem agora que as marcas entreguem de forma rápida e preferencialmente gratuita.

Alinhado com o maior foco na sustentabilidade está também o crescimento das vendas de veículos elétricos em Portugal, que representaram 15,5% do total nos primeiros cinco meses do ano. Contudo, a autonomia e o carregamento continuam a ser barreiras à adoção. “É fundamental continuar a existir uma política de incentivos em prol da transição automóvel sustentável, nomeadamente na aquisição de viaturas elétricas, para além da implementação eficaz de uma rede de postos de carregamento de viaturas elétricas ou híbridas plug-in, de Norte a Sul do País, algo que ainda se encontra muito longe de se concretizar”, refere o estudo.

“Alcançar a sustentabilidade nos transportes rodoviários exige proporcionar aos utilizadores alternativas mais baratas, acessíveis e limpas do que os seus atuais hábitos de mobilidade. Caso contrário, corremos o risco de tentar apanhar moscas com vinagre, ficando aquém do objetivo audaz da Comissão da tão ambicionada neutralidade climática já em 2050”.